

BEURRE A.O.C. CHARENTES-POITOU

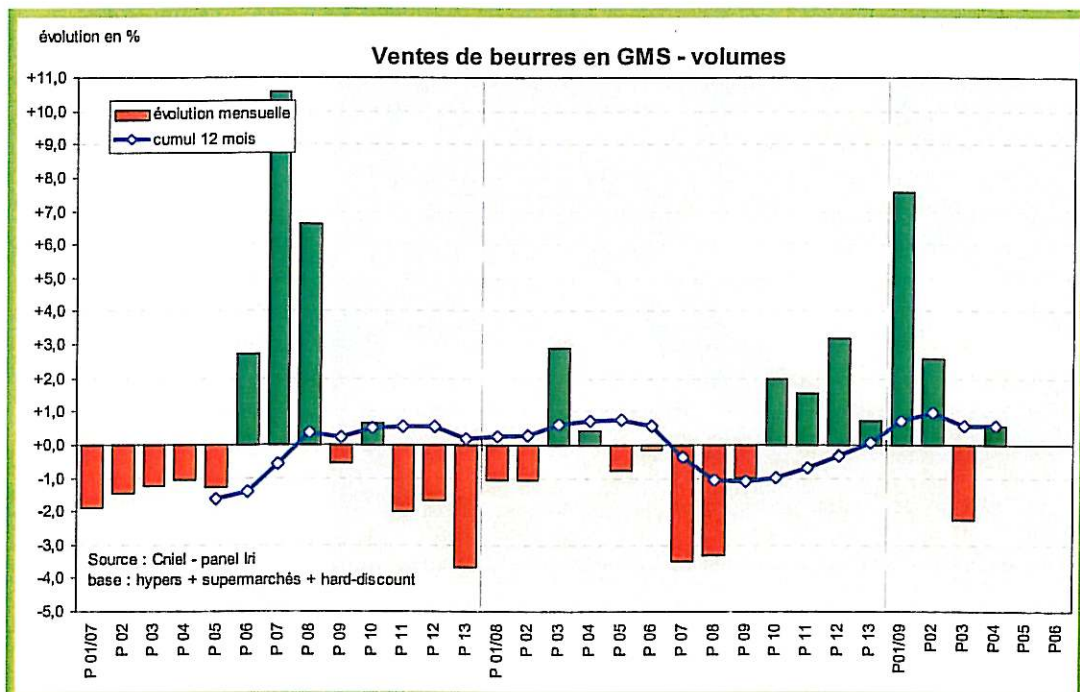
● Consommation des ménages

➔ Les achats de beurre par les ménages français en 2008 se sont maintenus à l'équilibre, malgré une hausse de prix conséquente. En valeur, l'évolution a été de 9.7 %.

EVOLUTION DES VENTES DE BEURRE EN 2008

Bilan GMS 2008	Evolution volume 2008/2007	Evolution valeur 2008/2007	Evolution prix moyen 2008/2007
Beurres (allégés compris)	0 %	+ 9.7 %	+ 9.7 %
Beurre 82 %	- 0.5 %	+ 9.4 %	+ 9.9 %
Beurre doux	- 0.7 %	+ 8.4 %	+ 9.1 %
Beurre demi sel	- 0.5 %	+ 10.8 %	+ 11.4 %
Beurres allégés	+ 4.9 %	+ 13.4 %	+ 8.2 %
MGA hors beurre allégé	- 6.2 %	+ 1.7 %	+ 8.5 %
Margarine	- 3 %	+ 4.4 %	+ 7.7 %

Depuis Octobre 2008, nous assistons à une embellie sur les ventes de matières grasses laitières. Le cumul annuel en volume passe à + 1 %. De plus, c'est le beurre qui progresse fortement alors que les matières grasses laitières allégées reculent depuis le début 2009. Par contre, le prix moyen de vente consommateur régresse de 9.4 %.



→ Pour le beurre A.O.C. Charentes-Poitou, les volumes commercialisés en GMS au cours de l'année ont progressé pour l'année 2008 de 3.50 % (+ 8.50 % en Hypers et - 1.70 % en Supers).

**VENTILATION DES VENTES DE BEURRE A.O.C. CHARENTES-POITOU
EN G.M.S. (IRI Sécodip) 2008**

TOTAL HYPERS + SUPERS	VENTES - VOLUMES
TOTAL BEURRES	-0.50 %
BEURRE AOC CHARENTES-POITOU	+ 3.50 %

HYPERS	VENTES - VOLUMES
TOTAL BEURRES	-1.20 %
BEURRE AOC CHARENTES-POITOU	+ 8.50 %

SUPERS	VENTES - VOLUMES
TOTAL BEURRES	-4.30 %
BEURRE AOC CHARENTES-POITOU	-1.70 %

- **Campagne de promotion collective « Beurre A.O.C. Charentes-Poitou »** en collaboration avec l'Agence Projet Atlantique de Niort

→ **Objectifs de communication**

- **Continuer à faire préférer l'A.O.C.**

Au rayon beurre, c'est toujours le seul critère d'origine et de qualité donc de différenciation avec les autres beurres.

- **Prolonger et accentuer le discours de proximité**

Le beurre Charentes-Poitou est un produit de terroir par excellence et s'inscrit naturellement dans une logique de développement durable par des comportements éco-citoyens. Message « Comment peut-on consommer un beurre qui vient d'ailleurs ? »

➤ S'approprier le territoire du goût, du plaisir et de la gastronomie

Pour la cuisine et la gastronomie, le beurre Charentes-Poitou est incomparable.

➔ Objectifs opérationnels

- *Continuer à se concentrer sur l'acte d'achat et consolider l'action terrain en se rapprochant des consommateurs, des restaurateurs, des magasins de vente avec une présence récurrente.*
- *Conforter la prise de parole sur le territoire de production*
- *Maintenir une présence sur Paris et dans les autres régions consommatrices (T.V.)*

● Campagne d'affichage « gares et métro » pendant le Salon International de l'Agriculture à Paris, du 21 février au 1^{er} mars 2009

➔ *Depuis de nombreuses années, notre présence à Paris par un affichage dans les gares et stations de métro de Montparnasse à la Porte de Versailles conforte, par de nouveaux messages visuels et rédactionnels, notre terroir comme étant l'incontournable « Pays du bon beurre ».*

Cette campagne a été complétée par un affichage dans les gares de Province (Bordeaux, La Rochelle, Niort, Poitiers, Tours, Angoulême et Limoges).

➔ Poursuite de la campagne France 3 multi-régions

2009 est la cinquième année du nouveau plan média programmé par une campagne télévisée par France 3 et TV Vendée, en phase avec la typologie de consommation du beurre AOC Charentes-Poitou : Aquitaine, Centre, Limousin, Poitou-Charentes et Rhône-Alpes.

➤ *La première vague TV de deux semaines s'est déroulée du 1^{er} au 15 Mars.*

➤ *La deuxième vague aura lieu la première quinzaine de décembre.*

➔ Une campagne GMS appuyée par un accélérateur commercial pour faciliter l'achat en s'appropriant le territoire du goût, du plaisir et de la convivialité ! Cette action est programmée de Juin à Septembre 2009 avec une offre commerciale : pour 2 beurres achetés, un livre de recettes offert. Huit chefs renommés de la région ont été associés à cette opération par un document ludique de 44 pages.

Le dispositif de communication sera la télévision : spots de 30 secondes sur France 3 Poitou-Charentes et sur TV Vendée. Une diffusion dans les boîtes aux lettres sur les grandes villes de la région ainsi qu'une présentation de l'offre sur le site internet !

Cette action sera complétée par une animation commerciale dans les rayons des GMS.

Programme d'actions en région

- *Poursuite des campagnes d'information dans les écoles avec pour objectif de sensibiliser les jeunes, balayer les idées reçues sur le beurre.*

➤ Consolider de la communication « touristes »

Le terroir Charentes-Poitou étant le Pays du bon beurre, les touristes doivent avoir envie « d'essayer » le beurre AOC Charentes-Poitou. Les Offices de tourisme sont partenaires de cette action.

➤ Renforcer les partenariats avec les restaurateurs

La gastronomie doit rendre le beurre Charentes-Poitou encore plus incontournable avec la mise en place d'un logo spécifique sur la porte du restaurant.

● Campagne de communication 2009 auprès des Boulangers Pâtisseries avec l'Agence Espace Communication de Poitiers

➔ *Pour la 9^e année consécutive, le concours du meilleur croissant au beurre A.O.C. Charentes-Poitou pour les artisans et ouvriers boulangers-pâtisseries de la région parisienne s'est tenu le 28 avril à l'Ecole des Métiers de la Table, du Tourisme et de l'Hôtellerie à Paris.*

Le Jury était composé de professionnels, de consommateurs et de journalistes. 230 participants au concours (100 artisans, 130 ouvriers).

➔ *La remise des prix auprès des 20 meilleurs candidats de chaque catégorie s'est effectuée le 15 Mai dernier dans le cadre de la Fête du pain, sur le Parvis de Notre-Dame de Paris, en présence des autorités professionnelles et politiques. Comme les années passées, le **Syndicat des Laiteries** a offert une tonne de beurre AOC Charentes-Poitou pour bénéficier de l'exclusivité des fabrications de viennoiserie pendant les 4 jours de manifestation.*

● Partenariats

Citons pour être complets, notre participation avec :

- *Le Carrefour des Métiers de bouche et de l'Hôtellerie Poitou-Charentes du 14 au 18 Novembre 2009 à NIORT. Le Syndicat des Laiteries, en partenariat avec la Fédération Régionale des Boulangers Pâtisseries organise un concours au beurre AOC Charentes-Poitou. Une animation commune avec le CNIEL est programmée pendant la durée du Carrefour.*
- *En Janvier 2009, le Syndicat des Laiteries et la Fédération Régionale des Boulangers Pâtisseries ont mis en place une campagne de communication sur France 3 pour la promotion de la Galette Primeur au beurre AOC Charentes-Poitou.*
- *Comme en Septembre 2008, le Syndicat des Laiteries est partenaire du Tour Cycliste Poitou-Charentes en août 2009. Une voiture publicitaire aux couleurs du beurre AOC Charentes-Poitou ouvre la course avec la diffusion de messages pendant tout le parcours ainsi qu'à l'arrivée de chaque étape.*

● **Beurre AOC Charentes-Poitou – Conditions de production – Nouvelle réglementation INAO**

Rappelons que pour renforcer l'image de marque et de crédibilité des AOC, l'INAO souhaite que les différentes « AOC » françaises modifient leur décret pour y inclure des conditions de production.

En ce qui concerne le beurre A.O.C. Charentes-Poitou, le Conseil d'Administration du Syndicat des Laiteries, le Conseil d'Administration de l'Association Centrale des Laiteries et le CRIEL Charentes-Poitou ont entériné des exigences de production, à savoir :

- *Interdiction du système hors-sol (système d'élevage dans lequel aucune surface de l'exploitation n'est utilisée pour l'alimentation des animaux)*
- *Interdiction du préfanage chimique de l'herbe*
- *Interdiction de détruire chimiquement les matières organiques à la soude ou à l'ammoniaque,*
- *Obligation d'alimenter les animaux avec au moins 100 % des fourrages grossiers produits sur l'exploitation ou provenant de la zone d'appellation d'origine contrôlée – sauf dérogations exceptionnelles- (fourrages grossiers : graminées, légumineuses originaires de prairies naturelles ou cultivées, maïs, paille... - Mode de conservation : sec, ensilé ou déshydraté).*

Depuis le 1er Janvier 2007, de nouvelles règles fixent la gestion des A.O.C. avec le respect de nombreuses échéances :

- *Le Syndicat des laiteries a été reconnu par l'INAO comme Organisme de Défense et de Gestion (O.D.G.) en apportant les modifications nécessaires de ses statuts pour respecter le nouveau cadre législatif.*
- *L'ODG a désigné Qualité France comme Organisme Certificateur (O.C.), lequel a collaboré à la mise en place du plan de contrôle de l'Appellation d'Origine Contrôlée.*
- *Le Syndicat des Laiteries a réussi grâce au concours efficace des services production des entreprises à récupérer plus de 98 % des déclarations d'identification auprès des producteurs concernés par la zone AOC. C'est un véritable exploit, merci à tous les producteurs aidés par le syndicalisme d'avoir pu obtenir les signatures de près de 3 400 exploitations laitières.*

- ➔ Une fois le cahier des charges rédigé, avec la collaboration appréciée de l'IRQUA Poitou-Charentes, **une Commission d'enquête sera nommée dans le cadre de l'INAO** pour étudier « sur place » le bien-fondé de la demande de modification du décret de l'AOC Charentes-Poitou.
- ➔ A ce jour, le **logo européen « A.O.P. »** peut être apposé sur les emballages de beurre ; ce logo « Appellation d'Origine Protégée » sera obligatoire à partir de 2010. Notre A.O.C. deviendra alors A.O.P.
- ➔ Malgré les difficultés que nous vivons au quotidien dans un contexte de crise économique entraînant une chute sévère des cours des produits industriels, **soyons conscients que nous avons, avec notre A.O.C., un atout intéressant de référencement tant au niveau de la GMS que de l'industrie alimentaire.**

Sachons alors respecter une stratégie de prix pour mieux différencier notre AOC des autres producteurs beurriers plus banalisés.

